

MEDIJŲ EKOLOGIJA: EKOEMOCINĖS SRITIES IDENTIFIKACIJOS TEORINIS KONTEKSTAS

ROSITA VAIČIULĖ¹

Klaipėdos universitetas (Lietuva)

ANOTACIJA

Medijų ekologija neatsiejama nuo visuomenės vystymosi ir asmens socializacijos procesų. Medijų ekologija iliustruoja infosferos srityje veikiančių medijų, visuomenės ir asmens sąveikos procesus, kurie gali būti „saugūs“ ir ekologiškai techniniu, komunikaciniu bei psichofiziniu požiūriais. Medijų ekologija neatsiejama nuo komunikacijos procesų, kurie vyksta ir fiziniame, ir mentaliniame erdvėje. Jos sritys: ekogaminė, ekofizinė ir ekoemocinė. Ekoemocinė sritis nukreipta į medijų ir asmens sąveiką, kur akcentuojamas medijų turinio / tekstų poveikis emocinei ir pažintinei (kognityvinei) patirčiai. Taigi ekoemocinės srities orientyras – pozityvi medijinė patirtis, neatsiejama nuo medijinės kompetencijos.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: *medijų ekologija, infosfera, medijos, medijinė patirtis, komunikacija, ekoemocinė, ekofizinė, ekogaminė.*

JEL KLASIFIKACIJA: M00

DOI: <http://dx.doi.org/10.15181/rfds.v21i1.1415>

Įvadas

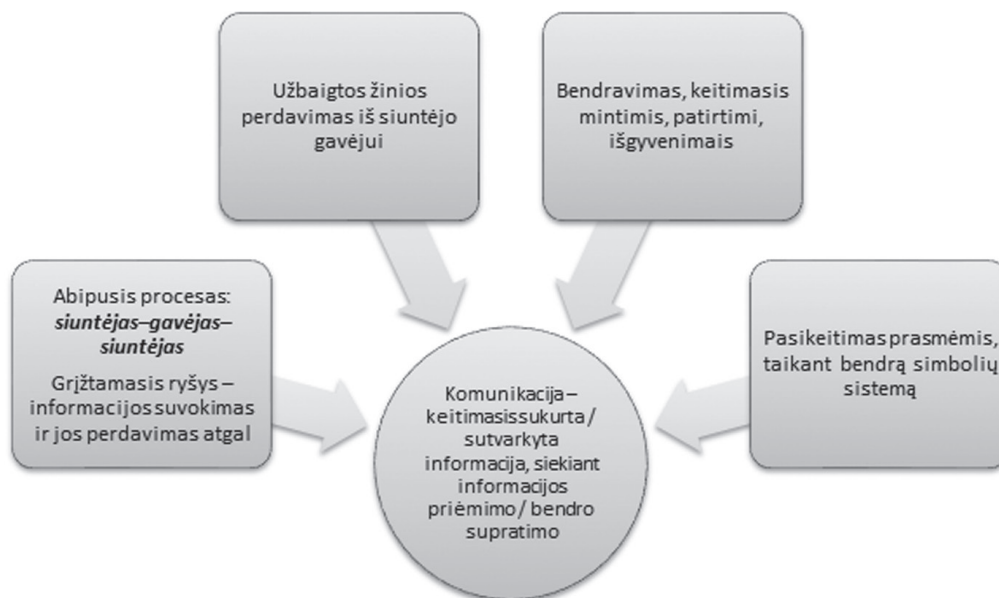
Šiuolaikinės medijų technologijos individų komunikacijos procesus racionalizavo ir išplėtė infosferos galimybes formų bei turinio prasmėmis. Medijų sistema tampa svarbi tarpininkė socialinio, ekonominio, kultūrinio, politinio konteksto komunikacijoje, turinti refleksyvų pobūdį bei nuolat kurianti unikalią erdvę – infosferą. Medijos – ne tik infosferos kontekste veikiančios ir komunikacines funkcijas atliekančios priemonės, bet ir kanalai, kuriais teka įvairaus turinio informacijos srautai, pateikiantys stereotipus, formuojantys individų požiūrį, nuostatas bei tam tikrą patirtį. Tikrovės recepcija perkoduojama pagal komunikacijos reikalavimų principus, o informacijos erdvė orientuojasi atsižvelgiant į individų lūkesčius, juos modeliuoja ir puoselėja. Medijos – terpė, kuri mums siūlo informaciją apie tikrovę „pakeistinės“ patirties pavidalu. „Kuo daugiau žmogus gauna informacijos apie pasaulį, tuo labiau pasaulis tolsta nuo žmogaus“ (Mostauskis, 2011: 35). Infosferoje medijos auditoriją „pririša“ – formuoja priklausomybę: „Prisirišame prie technologinių procesų, o per juos – prie technologinės priklausomybės nuo informacinio srauto tinklų“ (McLuchan, 2003: 53). Medijos – visuomenės narių intelektinių galių, pažangos ir technikos plėtros kūriniai, lemiantys ne tik sociumo kaitą, bet ir bendrą individų patirtį, socializacijos procesus. Taigi aktualizuojasi klausimai, susiję su infosferos „saugumu“ – ekologišku medijų naudojimu tiek formos, tiek turinio prasmėmis.

¹ Rosita Vačiulė – daktarė (socialiniai mokslai), Klaipėdos universiteto Socialinių mokslų fakulteto Politikos ir komunikacijos mokslų katedra
Moksliniai interesai: medijos ir socializacija, medijų ekologija: ekoemocinis aspektas, žiniasklaidos rinkodara, viešieji ryšiai
El. paštas: Rosita.vaiciule@gmail.com

1. Medijų ekologijos genezė

Ekologija vadinama tarpdisciplininiu mokslu, kurio tyrimo metodai ir žinios integruojami į kitų mokslų sritis. Ekologija – mokslas, tiriantis organizmų ir jų bendrųjų santykius su aplinka. Pagrindiniai šiuolaikinės ekologijos skyriai: bendroji (teorinė) ekologija, bioekologija, ekosferologija, geoekologija, žmogaus ekologija, socialinė ekologija, taikomoji ekologija (Pivrikas, 2008). Medijų ekologija neatsiejama nuo visuomenės vystymosi ir asmens socializacijos procesų. Medijų ekologija iliustruoja infosferoje veikiančių medijų bei visuomenės ir asmens sąveikos procesus, kurie gali būti „saugūs“ ir ekologiški techniniu, komunikaciniu, psichofiziniu požiūriais.

Pirmąkart apie medijų ekologiją XX a. septintajame dešimtmetyje prabilo medijų guru Marshallas McLuhanas, kalbėdamas apie asmens ir medijų sąveiką (Strate, 2008; Postman, 2009). Jis atkreipė dėmesį į tai, kad turėtų būti studijuojamas ne tik medijų turinys, bet ir pačios medijos, jų savybės, nes pastarosios veikia visuomenę ir kiekvieną asmenį, sukurdamos tam tikrą komunikacinį efektą (neigiamą /teigiamą) infosferoje. Infosfera – informacijos erdvė, implikuojanti komunikacinių procesų tarp individo ir medijų socialinius, psichologinius, kultūrinius ir ekologinius aspektus. Medijos – komunikacijos tarpininkės, kurių poveikiai asmeniui turi skirtingus atspalvius: imanentiškumą, konkretumą, abstraktumą ir t. t. Taigi aktualizuojasi komunikacijos proceso apibrėžties esmė (1 pav.).



1 pav. Komunikacijos apibrėžtis

Šaltinis: Uznienė, 2011

Komunikacijos procesas turi išorinius (siuntėjas–gavėjas ir gavėjas–siuntėjas) bei vidinius (žinia ir kanalas) elementus. Siuntėjai ir gavėjai gali būti įvairūs: fiziniai asmenys, jų grupės, techninės sistemos. Siuntėjas (-ai) komunikacijos procese siunčia informaciją, atsako už jos parinkimą, užkodavimą, patikimumą, kokybę, ir, žinoma, už jos perdavimo formą. Gavėjas (-ai) informaciją atkodoja ir teisingai interpretuoja. Komunikacijos procesas neįmanomas be simboliškai užkoduotos informacijos – žinios, pranešimo ir kanalo (-ų), kuriuo perduodami minėti elementai, taip pat be grįžtamojo ryšio, trukdžių.

Komunikacijos procese žinios siuntėjas visada turi intenciją perduoti tam tikrą informaciją: gavėjas turi motyvą ir iš jo laukiama kažkokių santykių – komunikacinio efekto, kuris lemia proceso eigą ir efektyvumą (Jansen, 2008; Nabi, Robin ir kt., 2009).

Medijų raida siejama su komunikacijos evoliucija ir revoliucija (medijamorfizėmis) (Pečiulis, 2007). *Medijamorfizų* sąvoka pasiūlyta R. F. Fidlerio (1997, žr. Pečiulis, 2007). Medijamorfizė – ne tik teorija apie

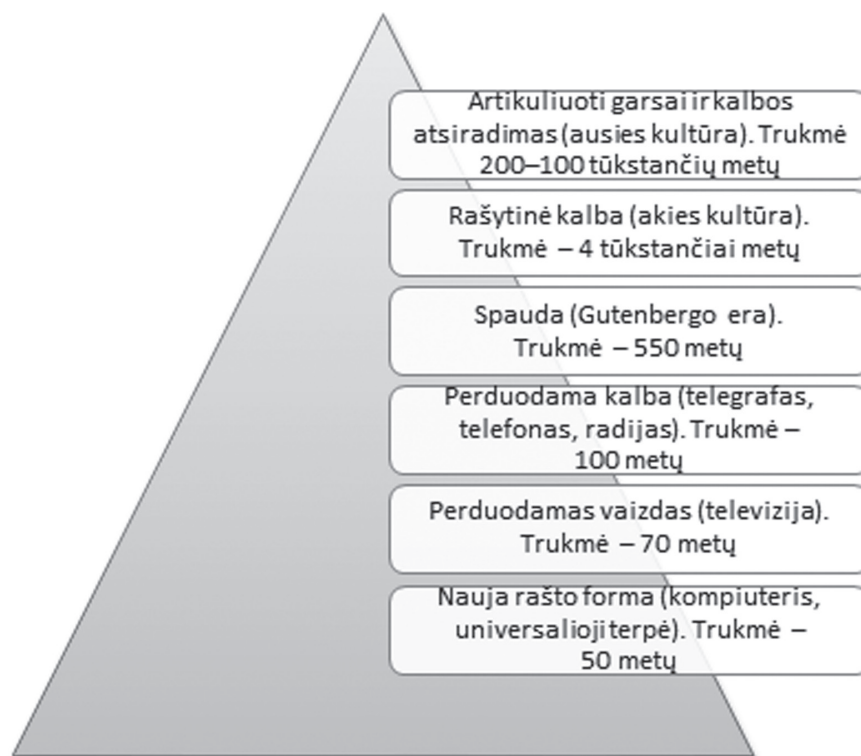
technologinės komunikacijos priemonių evoliucijos būdus, bet į kiekvieną komunikacijos formą žvelgiama kaip į sistemos dalį, pripažįstant panašumą ir ryšius, siejančius praeities, dabarties ir atsirandančias komunikacijos formas. Komunikacijos sistema suprantama kaip visuma, kur naujos medijos neatsiranda savaime – jos vystosi pamažu kaip senųjų medijų medijamorfazės.

Medijų, kuriomis vyksta visuomenės ir asmens komunikacija, raidą galima apibūdinti etapais: iki abėcėlės (*ausies kultūra*), fonetinės rašybos (*akies kultūra*), spaudos (*Gutenbergio amžius*) ir praktinio elektromagnetinių bangų naudojimo (*Marconio era*).

Medijų raida gali būti skirstoma į:

- logosferą (nuo piešinių iki abėcėlės);
- grafosferą (spaudos atsiradimas);
- videosferą (nuo audiovizualinės masinės komunikacijos iki naujausių šių dienų technologijų).

Akcentuoti medijamorfų laiko intervalai: ausies kultūrą nuo garsų iki kalbos atsiradimo skiria šimtai tūkstantmečių; kalbą ir raštą – keli tūkstantmečiai; vėliau – šimtmečiai ir tik dešimtmečiai (Pečiulis, 2007) (2 pav.).



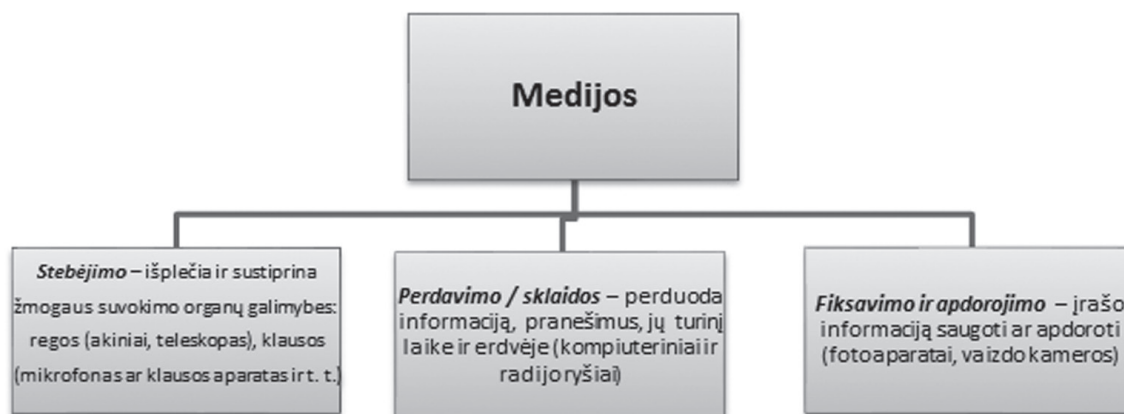
2 pav. Medijamorfų procesai

Šaltinis: Uznienė, 2011

2. Medijų ekologijos struktūra

Medijos yra sistema, kuri, kaip ir visos sistemos, veiksmingai funkcionuoja tam tikrose jai būdingose erdvės ir laiko ribose. Tyrėjai (Listeris ir kt., 2009; McLuchanas, Postmanas ir kt., 2010; Nevinskaitė, 2011) įvardija medijų ekosistemą kaip natūralią asmens aplinką, kurioje turi vykti ekologiški komunikacijos procesai. Taigi galima manyti, kad medijų ekologija integruojasi su žmogaus ir socialine ekologija. Žmogaus ekologiją sudaro kompleksas disciplinų, sąveikaujant žmogui, kaip individui (biologiniam organizmui) ir asmenybei (socialiniam subjektui), su jį supančia gamtine ir jo paties pakeista aplinka. Socialinė ekologija yra mokslas, tiriantis visuomenės ar paskiro individo santykius su jį supančia aplinka bei savimi, padedantis išlaikyti nesutrikdytą, natūralią asmens ir jį supančios aplinkos pusiausvyrą (Pivrikas, 2008).

Medijų ekologija neatsiejama nuo komunikacijos procesų, kurie vyksta ir fizinėje, ir mentalinėje erdvėje. Medijos – masinės komunikacijos priemonės (žiniasklaida), internete veikiančios komunikacijos priemonės (ir pats internetas), estetinės raiškos priemonės (fotografija, kinas, TV, videomenas ir t. t.); 2) komunikacijos kontekste veikianti ir komunikacines funkcijas atliekanti priemonė; 3) visuomeninio sąryšio mašinos, kanalai, kuriais teka informacijos srautai, – jos suteikia pranešimui specifinę formą, įveikia erdvę ir laiką, yra tarpininkai ir kuria tarpininkavimo erdvę, yra refleksyvaus pobūdžio – tai visuomenės savistabos instancija; 4) terpė, kuri mums siūlo informaciją apie tikrovę pakeistinės patirties pavidalu. Medijas galima apibūdinti ir grupuoti pagal funkcijas (3 pav.).



3 pav. Medijų klasifikacija pagal funkcijas

Šaltinis: Uznienė, 2011

Medijos apibūdinamos kaip natūrali individo aplinka (jos savaime būtų ir tradicinės ekologijos studijų objektai), kita vertus, medijos – mokslo ir technologijų pažangos rezultatai (McLuhan, Marshall, 2003). Medijos gali būti apibūdinamos kaip:

- komunikacijos priemonės (internetas, vaizdo ekranai, spauda, kinas, knygos), padedančios dirbti, bendrauti, spręsti problemas;
- materialūs produktai: fotoaparatai, laikmenos, televizoriai, knygos, žurnalai, vaizdo kameros ir t. t., kurie kuria, transliuoja ar kitaip sąveikauja su individualiais.

Taigi medijos gali būti akcentuojamos ir kaip fiziniai, materialūs, ir kaip kūrybos, komunikacijos objektai. Galima skirti pagrindines medijų ekologijos sritis:

- Ekogamtinė – neekologiškos gamybos medžiagos keičiamos ekologiškesnėmis, mažinamas medžiagų sunaudojimo kiekis. Spaudos perkėlimas iš popieriaus į elektroninį formatą, elektroninių ir tradicinių laiškų mainai – žingsnis ekologijos link. Elektroniniai laiškai ir dokumentai sutaupo nemažai popieriaus. Pasikeitusios laikmenų medžiagos ir jų dydžiai – garso (ir apskritai informacijos) įrašų laikmenos evoliucija, kuri siejama su informacijos ekologija, kai DVD pakeitė CD: sunaudojama mažiau medžiagų CD gamybai, vėliau – mažesnės sąnaudos utilizuojant (perdirbant) panaudotus CD.
- Ekofizinė – susijusi su medijų poveikiu individų fiziniam kūnui (regėjimui, laikysenai, bendrai fizinei savijautai). Laikantis medijų ekofizinių rekomendacijų, ne tik tausoja sveikata, bet ir sunaudojama mažiau elektros energijos, dažniau būnama gryname ore, natūralioje gamtinėje aplinkoje.
- Ekoemocinė – susijusi su medijų poveikiu individų psichoemocinei sveikatai (būsenai, jausenai, emocijai ir pažintinei patirčiai). Medijų tekstai: reklamos, nuotraukos, kino filmai, TV programos, knygos, laikraščiai ir žurnalai, interneto platformos veikia psichoemocinę sveikatą. Kiekvieno žmogaus sąmonė kasdien yra „užliūliuojama“, atakuojama ir kitaip veikiama spalvingų, judrių, intensyvių ir dažnai triukšmingų turinių bei įmantrių tekstų. „Medijos – terpė, kuri mums siūlo informaciją apie tikrovę pakeistinės patirties pavidalu. Kuo daugiau žmogus gauna informacijos apie pasaulį, tuo labiau pasaulis tolsta nuo žmogaus“ (Mostauskis, 2011: 35) (4 pav.).



4 pav. Medijų ekologija
Šaltinis: Vaičiulė, 2017

3. Ekoemocinė sritis: teorinis kontekstas

Ekoemocinė sritis orientuota į medijų ir asmens sąveiką, kurioje akcentuojamas medijų turinio / tekstų poveikis emocinei ir pažintinei (kognityvinei) patirčiai.

Emocinė patirtis – asmens bendrosios patirties dalis, susijusi su emocijų (tiek teigiamų, tiek ir neigiamų) sistema, kuri yra dinamiška, kintanti, pasireiškianti realiame asmens gyvenime objektyvumo arba subjektyvumo principu ir daranti poveikį asmens santykiui su savimi bei aplinka (Myers, 2008). Emocija – „konkrečios situacijos aktualus jausmas, stiprinantis ar silpninantis, organizuojantis ar dezorganizuojantis žmogaus veiklą, elgesį“ (Jovaiša, 2007: 69). Emocijas sukelia tai, kas reikšminga individo poreikiams, ką asmenybė vertina. Tai yra „sąmonės priemonė aplinkos įvykiams įvertinti mūsų poreikių atžvilgiu“ (Legkauskas, 2008: 105–106). Kiekvieną emociją sudaro šie komponentai:

- fiziologinis – kiekvieną emociją lydi nervų sistemos aktyvumo pokytis, kuris daro įtaką kitoms organizmo sistemoms (kvėpavimui, kraujotakai ir t. t.);
- išraiškos yra glaudžiai susijusios su fiziologiniu komponentu; dalis fiziologinių reakcijų matosi išorėje, be to, pagrindinėms emocijoms (baime, džiaugsmui, pykčiui, liūdesiui, nuostabai, pasišlykštėjimui) būdingos universalios, aiškiai atskiriamos veido, balso ir kūno išraiškos;
- mąstymo emocijas iš esmės sukelia ne pats įvykis, bet individo vertinimas, kokį poveikį tas įvykis turi jo poreikių tenkinimui;
- elgesio – reiškiasi atitinkamu elgesiu (Legkauskas, 2008: 106–108).

Emocijoms būdingos tam tikros funkcijos: įvykių vertinimas / interpretavimas (emocijos sintezuoja, susieja į visumą gautą informaciją, interpretuoja jos reikšmingumą ir praneša apie tai sąmonei); elgesio nukreipimas (gavusi emocinio įvertinimo rezultatą, sąmonė taip nukreipia elgesį, kad išvengtų žalos ir gautų kuo daugiau naudos, tai yra, kad žmogus galėtų visiškai prisitaikyti prie aplinkos ir joje vykstančių įvykių); informacijos perdavimas (emocinės reakcijos išraiška aplinkiniams praneša apie emociją išgyvenančio žmogaus savęs ir savo galimybių vertinimą bei galimus tolesnius veiksmus (Legkauskas, 2008: 108).

Psichologijos žodyne (1993: 205) patirtis apibūdinama kaip „praktika paremtas jutimasis, empirinis tikrovės pažinimas, žinių ir mokėjimų visuma“. Tačiau „patirtis klostosi tik interpretacijos erdvėje. Interpretacija yra suvokiamą reiškinį bei kontekstines jos aplinkybes atspindinčios informacijos sąveika su asmens patirtimi“ (Jackūnas, 2008: 4–6). Patirtis – „prasmių sistema, fiksuojanti asmeniui reikšmingas žinias, gebėjimus, įspūdžius, vertybes“ (Jackūnas, 2008: 24). Patirtis duoda impulsą mokslo, teorijos ir praktikos plėtotei ir yra prilyginama tokiems reiškiniams: požiūris į aplinką, požiūris į asmeninius veiksmus, dvasinius ir fizinius procesus bei tarpasmeninius santykius. Lietuvių kalbos žodyne patyrimas / patirtis aiškinami kaip įgytos praktinės žinios, jausmai, gebėjimai (Lietuvių kalbos žodynas, <http://www.lkz.lt/dzl.php>).

Analizuojant medijų ir asmens sąveiką, būtina pabrėžti, kad medijų pranešimais gaunami patyrimai apibendrinami ir abstrahuojami pagal asmens individualaus mąstymo bei suvokimo galimybes, vėliau pasireiškiantys pritaikomumo principu realiame gyvenime (žiniomis, mokėjimais, įgūdžiais, jausmais, pažiūromis) formuoja medijinę patirtį (Uznienė, 2013). Medijinė patirtis pradeda formuotis, kai individas tampa medijų auditorijos dalimi. Akcentuotina, kad individai per medijų turinį / tekstus gali kaupti tiek pozityvią, tiek ir negatyvią medijinę patirtį.

Taigi ekoemocinės srities orientyras – pozityvi medijinė patirtis, kuri neatsiejama nuo medijinės kompetencijos (Uznienė, 2013). Tai:

- individo pozityvi medijinė patirtis, kuri gebėjimų, žinių ir išgyvenimų visuma lemia jo gebėjimą orientuotis informacinėje visuomenėje: bendrauti, perteikti ir priimti informaciją, tapti visaverčiu informacinės visuomenės nariu;
- gebėjimas analizuoti ir sintezuoti medijinę realybę, „skaityti“ medijų tekstus;
- išlavintas gebėjimas priimti, analizuoti, vertinti ir suprasti medijų pranešimus;
- medijų sociokultūrinio ir pilietinio konteksto funkcionavimo šiuolaikiniame pasaulyje supratimas, medijų kodinių ir prezentacinių sistemų supratimas.

Taigi medijinė kompetencija gali formuotis pozityvios medijinės patirties pagrindu (kognityviniu, emociniu, veiklos), kai turima žinių apie medijinę kultūrą, gebama analizuoti ir sintezuoti medijinę realybę, „skaityti“ medijų tekstus, naudotis medijine technika.

Teorinė analizė leidžia daryti prielaidą, kad medijų ekologijos ekoemocinė sritis implikuoja asmens medijinės kompetencijos ugdymą(-si) – ekologiškai naudoti (-is) medijų turiniu / tekstu. Kitos sritys – ekogamtinė ir ekofizinė – gali praplėsti kitų mokslų ribas: sveikatos, gamtos, biomedicinos.

Išvados

Medijų, ekologijos ir komunikacijos sąveika neatsiejama nuo medijamorfозиų procesų, ji susijusi su technologine bei intelektine pažanga. Medijamorfозė – ne tik teorija apie technologinius komunikacijos priemonių (medijų) evoliucijos būdus, bet ir kiekvieną komunikacijos formą žvelgiama kaip į sistemos dalį, pripažįstant panašumą ir ryšius, siejančius praeities, dabarties ir esamas komunikacijos formas. Komunikacijos sistema suprantama kaip visuma, nes naujos medijos neatsiranda savaime: jos vystosi laipsniškai kaip senųjų medijų medijamorfозės.

Medijų ekologijos struktūra: ekogamtinė, ekofizinė ir ekoemocinė sritys. Ekogamtinė susijusi su medijų formomis, jų gamyba ir medžiagomis. Ekofizinė susijusi su medijų poveikiu individų fizinei sveikatai. Ekoemocinė sritis – emocinės ir kognityvinės patirties integracija, kurios rezultatas – medijinė patirtis.

Ekoemocinė sritis orientuota į individų pozityvios medijinės patirties kaupimą ir medijinės kompetencijos ugdymą (-si). Medijų ekologijos ekoemocinės srities identifikacijos teorinis aspektas rodo, kad empiriniai tyrimai gali būti socialinių ir komunikacijos mokslų interesų laukas.

Literatūra

- Jackūnas, Ž. J. (2008). *Patyrimas, patirtis ir supratimas*. Prieiga internete: <http://www.litlogos.lt/L56/logos56_020_028psl.pdf>
- Jensen, K. (2008). *Komunikacijos vadovas*. Vilnius: UAB „Verslo žinios“.
- Jovaiša, L. (2007). *Enciklopedinis edukologijos žodynas*. Vilnius: Gimtasis žodis.
- Legkauskas, V. (2008). *Socialinė psichologija*. Vilnius: Vaga.
- Lister, M. et al. (2009). *New Media: Critical Introduction*. Milton Part: Routledge.
- McLuhan, M. (2003). *Kaip suprasti medijas*. Vilnius: Baltos lankos.
- Medijų kultūros balsai – teorijos ir praktikos*. (2009). Sud. V. Michelkevičius. Vilnius: Mene.
- Myers, D. G. (2008). *Socialinė psichologija*. Kaunas: UAB „Poligrafija ir informatika“.
- Nabi, L. R., Oliver, M. B. (2009). *The Sage Handbook of Media Processes and Effects*. USA: Sage.
- Nacionalinis tapatumas per medijų kultūros prizmę*. (2011). Vilnius: LKTI.
- Nevinskaitė, L. (2011). *Šiuolaikinės medijos ir masinės komunikacijos teorijos*. Mokomoji knyga. Vilnius: VU.
- Pečiulis, Ž. (2007). *Iki ir po televizijos*. Vilnius: Versus aureus.
- Pivrikas, V. (2008). *Ekologija. Žmogus. Sveikata*. Klaipėda: S. Jokužio spaustuvė.
- Polski, M. (2013). “Media Ecology Pedagogy – Art or Techne?”. MEA Conference, Grand Rapids, MI.
- Postman, N. (2009). What is Media Ecology. *Media Ecology Association*, Web. 29 Sept. 2014. Prieiga internete: <http://research.omicsgroup.org/index.php/Media_ecology>
- Psichologijos žodynas*. (1993). Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla.

- Strate, L. (2008). Studying Media as Media: McLuhan and the Media Ecology Approach. *MediaTropes eJournal*, Vol. 1, p. 127–142. ISSN 1913-6005. Prieiga internete: <<http://www.mediatropes.com/index.php/Mediatropes/article/view/3344/1488>>
- Tarptautinių žodžių žodynas*. (2004). Trečiasis leidimas. Vilnius: Alma littera.
- Uznienė, R. (2011). *Ryšiai su visuomene: įvadas į studijas*. Klaipėdos universiteto leidykla.
- Uznienė, R. (2013). *Integruota komunikacija*. Žinynas. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė. ISBN 978-9986-31-384-7.

MEDIA ECOLOGY: THE THEORETICAL CONTEXT OF ECOEMOTIONAL FIELD

ROSITA VAIČIULĖ
Klaipėda University (Lithuania)

Summary

Media ecology is inseparable from the development of society and individual socialization processes. Media is the relationship between personal and public channels through which information flows, reportedly given a specific form of overcoming space and time. The media system is an important mediator of the social, economic, cultural and political context in communication with a reflective nature, and it is creating a unique space – *the Infosphere*. Media ecology is the illustrated infosphere operating in the media, and public and personal interaction processes, which can be “safe” and environmentally friendly in the technical, communicational, and psycho-physical point of view.

Media, ecology and integral communication interaction cannot to be dissociated from the mediamorphosis processes related to technological and intellectual progress. Mediamorphosis is not just a theory about the evolution of technological means of communication methods, therefore, every form of communication is viewed as part of the system that recognises the similarity and relationship, which is linking the past, the present as well as the emerging forms of communication. The communications system is understood as a whole, where the new media does not appear automatically, it develops gradually as the old media’s mediamorphosis.

The structure of media ecology encompasses econature, ecophysical and ecoemotional areas. Econature is associated with forms of media, production and materials, whereas ecophysical area is associated with the media effect on the individual’s physical health. Therefore, ecoemotional area is the emotional and cognitive experience of integration, resulting from the media experience.

Ecoemotional area is focused on the individuals’ positive media experience and education (learning) of media competence. The identification of ecoemotional area of media ecology on the theoretical basis shows that it can be a field of interest for empirical research in social and communication sciences.

KEYWORDS: *media ecology, media, media experience, ecophysical, econature, ecoemotional, communication, media education.*

JEL CODES: M00

*Gauta: 2016.12.17
Priimta: 2017.01.07
Pasirašyta spaudai: 2017.01.30*